

# 采购需求

## （一）技术部分

为深入贯彻落实《海南省人民政府办公厅关于海南省农业品牌建设的指导意见》（琼府办〔2023〕1号）、《海南省农业公用品牌建设三年行动方案（2023-2025年）》（琼农字〔2022〕331号），进一步提升保亭柒鲜公用品牌运营管理水平和丰富公用品牌类型，全面提升保亭农业品牌竞争力、影响力和带动力，以加强品牌本地化运营，增强农业品牌生命力为核心，推动农业生产标准化水平提升，加快农业品牌数字化管理升级，充分结合保亭实际和农业公用品牌建设运营工作的要求建设本项目。

### 一、指导思想

深入贯彻落实习近平新时代中国特色社会主义思想，以全省“一本三基四梁八柱”战略框架为指引，围绕“1+4+10”战略构想，坚定不移贯彻新发展理念、落实新发展格局要求、推动高质量发展，以全县“一盘棋”思想和“全域”的发展理念，充分发挥保亭热带特色农业、热带雨林、黎苗文化特色等资源禀赋优势，以“保亭柒鲜”公用品牌为核心抓手，以特色化、标准化、品牌化、生态化为方向，不断创新发展模式，持续推动构建产供销互联互通为一体的农业全产业链，塑造更具影响力和消费者忠诚度的公用品牌和企业品牌，打造“小而精”“小而美”“小而活”“小而暖”的特色品牌农业，进一步提升保亭特色农产品的附加值和市场竞争力，推动保亭农业品牌建设提质增效。

### 二、工作目标

以“闻名全国、享誉全省”为目标，进一步优化全县农业公用品

牌发展格局，完善品牌培育体制机制，全面增强本地品牌运营能力，夯实农产品质量安全，提升农产品全过程质量安全水平，推动公用品牌管理数字化升级，将保亭柒鲜公用品牌旗下的优质农特产品融入海南鲜品矩阵之中，扩大品牌影响力和美誉度。

力争通过全年的品牌建设，在保亭柒鲜母公用品牌旗下创建并培育“保亭春茶”“保亭榴莲”子公用品牌，围绕保亭特色产业，逐步开展保亭县农业品牌示范“柒星计划”，打造一批农业明星示范基地，绘制保亭农业明星示范基地数字地图。聚焦品牌本地化运营，重点围绕保亭柒鲜授权企业开展企业品牌培育，提升全县新型农业生产经营主体的持续经营能力。紧扣市场营销环节，全面提升保亭品牌农产品的持续宣传能力，建立保亭农特产品品牌体验展销中心和“保亭柒鲜”标准化直播间，全面提升保亭农特产品的认知度、美誉度和市场竞争力，力争实现品牌产品溢价超 30%上。

### 三、项目亮点

#### 1、重管重源重运营

培育产业、打造品牌，不可能一蹴而就，而是长期性、战略性的工作，而且只有本地化公用品牌运营，才能实现真正的品牌服务管理，才能实现公用品牌运营工作常态化、高效化。需要通过建立科学的品牌管控体系，制定切实可行的品牌培育计划，做好品牌培育全过程运营和跟踪管理。

#### 2、高质高效高标准

建立健全农产品生产标准体系，积极开展明星示范基地建设，全县推行品牌准入准出机制和农产品质量追溯，不断提高农产品质量，积累良好口碑，预防产品的“劣币驱逐良币”现象，帮助农户种得好

也能卖得火。

### 3、有数有道有成交

品牌营销数字化大屏的建设，能直观有效地反映交易情况，通过数据及时调整品牌营销策划。在品牌营销上，借助直播带货，体验式营销，促进产品销售增长，同时可以作为保亭企业的营销培训实训基地，开展营销培训活动。让保亭农产品“叫好又叫座”。

### 4、创新创意创商机

好的品牌设计能极大地提高了产品的能见度，让消费者即刻建立品牌偏好，从视觉上过目不忘，从听觉上耳熟能详。好的品牌宣传创意能事半功倍地打入消费者心智，撬动消费购买的欲望。建立线上线下的农产品营销体系，以品牌营销体验中心和抖音电商平台开展线上线下农产品营销，增加保亭农产品营销渠道。

### 5、互动互促互成长

区域农业发展离不开企业发展，产业发展和品牌培育过程中，与企业进行长期稳定有效的沟通交流，了解企业需求和解决企业发展过程中存在痛点问题，疏通产业发展堵点，让产业发展进入快车道。

### 6、国内国外国际范

热带特色高效农业是海南传统的支柱产业之一，也是海南自贸港建设的重要组成部分，海南国际自贸港封关带来发展机遇，扩大了农业对外合作的空间，带来农业人才和技术的集聚，促进农业创新驱动和转型升级，扩大热带农产品国际贸易和投资。农业品牌建设需要具备国际化视野，将先进的品牌服务能力，突破长期以来农业发展“产不好、卖不动、管不住、服务难”困境，提供系统性的管理服务，为农业高质量发展提供了有效支撑。

## 四、实施内容

### （一）保亭柒鲜品牌矩阵扩容

依托“母子化、双商标”公用品牌运营模式，紧扣“保亭柒鲜”公用品牌建设，围绕春茶、榴莲两个特色产业，创新打造“保亭春茶”“保亭榴莲”2个农产品区域公用品牌，并纳入“保亭柒鲜”公用品牌旗下统一管理运营。

#### 1. 保亭春茶公用品牌打造

##### （1）品牌形象标识设计

对保亭春茶公用品牌标识进行创意设计，设计的内容包括：标识设计、标识标准字体设计、标识标准色设计、标识标准形式设计、主题识别元素设计等，并对保亭春茶公用品牌标识的应用场景进行效果展示。将设计成果整理编制成《保亭春茶公用品牌视觉识别系统设计应用手册》。

##### （2）品牌形象包装设计

围绕保亭的人文、生态、地域特色等属性，结合现代美学和消费者视觉主感官，为保亭春茶公用品牌分别设计1款通用散茶包装盒、1款保亭春茶礼盒、1款通用手提袋和1款通用标签贴以满足大众化和商品化包装需求。

##### （3）团体标准制定及发布

围绕保亭春茶产业，结合保亭当地实际情况，组织专家团队编制保亭春茶公用品牌系列团体标准1个，依托保亭县农业品牌协会公开发布。相关工作内容主要包括资料收集、必要的实验验证、起草标准文本草稿、标准草案、编制说明及有关附件，并通过信函征求、网上公开征求或者是会议征集意见。意见征集后，根据修改意见完善标准

形成终稿，由协会发放编号及公告，开始申报，申报完成后在全国标准信息公共服务平台上对外发布。在标准编制专家方面，充分发挥海南大学、热科院、省农科院、南繁院等科研院所专家的资源，为标准制定提供专业技术支撑。

## 2. 保亭榴莲公用品牌打造

### （1）品牌形象标识设计

对保亭榴莲公用品牌标识进行创意设计，设计的内容包括：标识设计、标识标准字体设计、标识标准色设计、标识标准形式设计、主题识别元素设计等，并对保亭榴莲公用品牌标识的应用场景进行效果展示。将设计成果整理编制成《保亭榴莲公用品牌视觉识别系统设计应用手册》。

### （2）品牌形象包装设计

围绕保亭的人文、生态、地域特色等属性，结合现代美学和消费者视觉主感官，为保亭榴莲公用品牌分别设计 1 款榴莲果肉包装和 1 款通用标签贴，以满足大众化和商品化包装需求。

### （3）团体标准制定及发布

为品牌所在区域实行统一的标准化生产流程，产品质量得到有效的保障和提升，结合保亭当地实际情况，组织专家团队编制保亭榴莲公用品牌系列团体标准 1 个，依托保亭县农业品牌协会公开发布。相关工作内容主要包括资料收集、必要的实验验证、起草标准文本文稿、标准草案、编制说明及有关附件，并通过信函征求、网上公开征求或者是会议征集意见。意见征集后，根据修改意见完善标准形成终稿，由协会发放编号及公告，开始申报，申报完成后在全国标准信息公共服务平台上对外发布。在标准编制专家方面，充分发挥海南大学、热

科院、省农科院、保亭热作所等科研院所专家的资源，为标准制定提供专业技术支撑。

## （二）品牌明星示范基地培育

创新采用“一星一链一图”模式，逐步开展保亭县农业品牌示范“柒星计划”。（“一星”即创建及培育一批具有保亭特色的农业明星示范基地；“一链”即全产业链服务，逐步打通产业链各环节要素，构筑起农业生产到销售全过程“横到边、纵到底、全覆盖”的全产业链服务发展格局；“一图”即全县农业明星示范基地数字地图。）充分结合保亭红毛丹农业品牌精品培育计划及县内实际需求，推动保亭红毛丹、保亭春茶、保亭榴莲三个产业优先从标准化种植、良好农业规范、绿色防控等方面，优先打造4个农业明星示范基地。

### 1. 保亭红毛丹明星示范基地

在县内选择合适的地块，分别创建并培育1个红毛丹良种繁育示范基地和1个红毛丹良好农业规范（GAP）示范基地。

良种繁育示范基地主要建设内容体现三个部分：一是基地标准化基础建设，包括有基地标识牌、道路导视牌、基地景观小品或精神堡垒、基地情况宣传栏、采用的标准内容介绍等；二是建设红毛丹果树良种母本园，分良种品比试验园、采穗圃和示范区，探索良种良法配套技术，使之成为良种良法配套的实训基地，辐射带动红毛丹高产高效品种应用，加快优质品种推广。三是依托海南大学、热科院、保亭热作所等最新科研成果，加强与科研院所的科学技术成果转换，提高基地建设技术含量。

良好农业规范（GAP）示范基地建设内容主要体现三个部分：一是基地标准化基础建设，包括有基地标识牌、道路导视牌、基地景观

小品、基地情况宣传栏、采用的标准内容介绍等；二是基地配套基础设施设施、农资农具管理库房、水电设备等；三是制定全程质量控制技术体系（CAQS-GAP），加强生产过程中关键环节的质量控制措施并推动质量安全情况公示上墙，做好示范基地的宣传推广。

## 2. 保亭春茶明星示范基地

在响水镇域内选择合适的地块，结合保亭“两山”实践创新基地、茶溪谷、陡水河、神玉岛等政策和古茶树区域优势，打造山地低碳型生态有机茶园。主要建设内容包括三方面：一是按有机农产品认证的标准打造 1 个保亭有机春茶示范园；二是基地标准化基础建设，包括有茶园基地标识牌、道路导视牌、茶园精神堡垒、茶园宣传栏等；三是围绕低碳生态茶园发展的整体目标，联合海南大学系统开展茶园生态系统增汇减排技术研究，构建低碳生态有机茶园模式与技术体系，优化创立指标体系并评估茶园生态系统碳贮量现状和固碳潜力，注重协调茶园经济收益的提升，坚持降碳、减污、扩绿、增长协同增进，加快发展乡村绿色经济新集群，带动低碳茶业的生态循环与可持续发展。

## 3. 保亭榴莲明星示范基地

在县内选择合适的地块，分别创建并培育 1 个保亭榴莲标准化绿色防控示范基地和 1 个榴莲良好农业规范（GAP）示范基地。标准化绿色防控示范基地将围绕病虫害绿色防控、高质、高效的主体，示范应用榴莲统防统治与病虫害绿色防控融合示范、榴莲田间管理示范、主推病虫害绿色防控高效技术模式应用示范项目核心技术。将采用“六个一”模式进行打造。一是实施“一个人”植保员的培育，系统培养懂技术、善应用、留得住的乡土“农科员”，在新技术、新理念

的推广实施中，技术落地更迅速，效果追踪更务实，并实现周边榴莲基地技术全覆盖；二是实施“一专柜”榴莲基地绿色防控农资专柜建设，按照统一标准要求，引进高效、低毒、低（零）农残的物理、生物新型农资进行展示推广；三是实施“一块地”绿色防控示范基地建设，开展试验示范，转变榴莲种植户的生产观念；四是实施“一堂课”示范基地为核心组织植保员、种植户开展榴莲绿色防控技术宣传，不断提高榴莲绿色防控“预防意识”和科学用药的水平，扩大辐射带动。五是注重“一张纸”技术规程或政策文件的引导。六是实施“一追溯”，即榴莲基地有监控、用药有登记、病虫害防治可查询的绿色防控追溯系统。

#### 4. 农业明星示范基地数字地图

一是依托保亭农业公用品牌综合管理系统，增设农业明星示范基地数字地图功能，在移动端或 PC 端能预览全县的共享农庄、休闲农庄、观光果园、农（牧渔）家乐、乡村民宿、农业园区（公园）、田园综合体示范点等休闲农业的基本情况、联系方式等，并支持一键导航到达。绘制保亭的农业示范基地、休闲农业基地的数字手绘地图，基地详情通过文字、图片和视频的方式，详细介绍每个农业示范基地的休闲农业基地，同时支持地图的分享功能。

二是结合全县重点休闲农庄和打造的农业明星示范基地，编制保亭县农业示范基地接待手册，制定参观交流学习路线，并在手册上介绍各休闲农庄、田园综合体及农业示范基地等的基本情况、打造模式和取得的成效。手册编制完成后印刷 300 份以供日常接待使用，为后续拓展休闲农业和农旅融合夯实基础。

#### （三）品牌形象宣传展示



### 1、2023 年“保亭柒鲜”公用品牌宣传片拍摄

随着品牌建设推进和宣传需要，在原宣传片的基础上，进一步体现保亭公用品牌最新的建设成果，融入区域公用品牌定位、规划、产业特点、农业科技、历史人文、地理地貌等元素，策划拍摄脚本，组织专业拍摄团队通过机位特写、航拍等方式，拍摄并剪辑一套 5min 左右的宣传片，并根据后续宣传平台的需要剪辑成 3min、1min、30s 的短视频各 1 个，后续可以在冬交会等各类展会或活动上宣传投放。

### 2、2023 年“保亭柒鲜”公用品牌宣传手册

随着品牌建设推进和宣传需要，体现保亭公用品牌最新的建设成果，将公用品牌简介、地理环境、区位优势、农业、旅游、文化历史、投资环境、发展规划等元素融合，设计一套品牌宣传册，共计 32P。为满足保亭全年的品牌宣传使用，印刷公用品牌宣传手册 1000 册。

### 3. 公用品牌发布会

在冬交会上举办一场保亭春茶公用品牌发布会，现场对保亭春茶和保亭柒鲜公用品牌分别进行发布和推介。邀请政府有关职能部门领导、农业领域权威专家、各界媒体人士等到场交流，扩大保亭农业品牌的影响力，以“传统媒体+新媒体”的方式向大众曝光保亭农业产业品牌新形象，提升市场竞争力。

## （四）品牌运营管理提质

### 1、公用品牌管理平台优化升级

将现有的公用品牌管理平台进行升级，支持多样化信息录入方式，开发公用品牌产品溯源系统，实现品牌溯源覆盖。编制平台使用手册，方便用户平台使用操作，针对相关操作人员进行平台使用培训。后续将在全县范围逐步推广和使用公用品牌溯源系统，提升保亭县农产品

质量水平。

公用品牌溯源管理系统应用，切实保障消费者的利益及产品相关信息的知情权，进一步提升对农产品溯源系统的监督和农产品地标的建设，有利于提升品牌影响力和溢价能力。溯源码实现通过溯源标签贴，实现包装箱上的一箱一码，用户通过扫码查看，最终以移动端溯源系统的形式展示溯源相关信息，溯源码信息包含产品名称、产品种类、企业名称、基地位置等信息。以及在溯源码系统上建立产品质量问题的快捷反馈渠道，消费者通过扫码即可进行操作。

防伪标签应用可以加强对产品监督和管理，有效防止假冒伪劣，维护市场经济秩序，有效地保护保亭农产品，以及生产者和消费者的合法权益，在防伪材质上做到防止复制和扫描，防止标签被完整揭下来二次使用，具有高辨识度，并加入保亭柴鲜公用品牌标识，有效避免了传统二维码的同质化并遏制批量伪造。

## 2、品牌服务中心运营升级

围绕区域公用品牌宣传、品牌设计、产业信用、品牌管理、企业品牌培育、产业凝聚力提升、产业交流、产品渠道对接、招商引资配合、信息汇总、政企沟通、涉农政策解读与贯彻等方面开展服务。运营期结束后，总结运营情况，形成《保亭县区域公用品牌年度运营报告》。

计划开展企业交流不少于 120 次/年，产业交流不少于 8 次/年，产品渠道对接不少于 10 次/年，完成品牌服务 24 次/年，涉农政策解读 10 次/年，进行数据汇报 1 次/月。

## 3. 农业人才培养

依托建设的 3 个农业明星基地，深入田间地头，开展农业实用技

术培训，积极培养一批爱农业、懂技术的农民人才队伍。制定针对性培育计划，采取面对面、手把手培训的方式，通过理论与实操相结合，重点围绕植保员、种植户等一线生产群体展开培训。培训内容包括但不限于：病虫害防治、绿色防控技术、高产栽培技术、田间管理技术、设备操作技术、种苗栽培技术等，培训人次达 400 人。加强示范培训辐射效果，将针对培训内容编制成技术手册并印刷 2500 份发放给周边种植户，力争技术辐射人数达 2500 人。

#### （五）品牌营销体系建设

##### 1、品牌数字体验展销中心建设

在海口打造保亭农特产品品牌体验展销中心，依托中心面向市场和消费者，打造集品牌体验、数字展示、产品销售、电商直播等多种功能于一体的综合性品牌数字体验展销中心。中心采用以装修代租金的方式，即出资装修中心和采购必要的设施设备，建成后场地免租金 2 年。

##### （1）创意设计

空间区域设计包括：外立面及店招设计，农产品创意展陈区设计、主题直播区设计、保亭柒鲜数字化品牌营销体验展示区设计及中心其他配套内容装修设计等。

##### （2）装修施工

依照体验中心的设计进行装修施工，包括：体验中心外立面墙漆喷涂、店招装修、展陈货柜装修、主题直播间装修、体验区装修、储藏间等装修施工，采购直播设备、数字化大屏等。

##### 2、保亭农产品全年品牌抖音直播运营

每月至少举办 4 场品牌官方直播活动，共计组织 50 场活动。打

造集保亭农产品直播带货、保亭文化输出、保亭柒鲜品牌宣传等功能于一体的“保亭柒鲜”标准化直播间，直播活动将邀请网红、大 V、本地 KOL（关键意见领袖）、保亭农产品电商相关人员等进行联合直播。开放品牌体验中心直播间，为从事保亭农产品电商营销的人员提供免费直播场地。

## 五、保障措施

（一）加强组织保障。坚持党政齐抓共管，主要负责同志亲自研究部署、督促检查，加强组织领导。充分调动本地各级政府和企业的积极性，结合工作实际，研究制定具体工作方案，明确责任主体，及时跟踪工作进展，确保取得实效。

（二）加强服务保障。组建农业领域团体组织，构建专家智库，充分发挥专家学者在农业农村经济理论与实践、政策解读、“三农”新闻宣传、标准化生产技术等领域权威专家建言献策和智力支持作用，强化公用品牌运营主体的服务水平和效能。

（三）加大宣传引导。建立政府主导、部门负责、企业联动、媒体支持、公众参与的品牌宣传工作体系。充分发挥媒体的作用，宣传品牌优势。加强农业企业、合作社和新农人的品牌战略、品牌运作的专业引导和培育。

## （二）商务部分

### 一、项目概况

1. 项目名称：保亭黎族苗族自治县农业公用品牌升级培育项目

2. 采购人：保亭黎族苗族自治县农业农村局

▲3. 采购金额：2408772.50 元

**▲4. 最高限价：2408772.50 元，报价超出最高限价的视为无效报价**

**▲5. 项目实施地点：采购人指定地点**

**▲6. 服务期限：自合同签订之日起 12 个月。**

7. 付款方式：第 1 阶段：合同签订后，甲方自收到乙方提交的等额合法发票后 10 个工作日内支付合同金额的 30%；第 2 阶段：项目完成阶段性工作内容，乙方向甲方发起阶段性验收申请，经甲方验收通过后，甲方自收到乙方提交的等额合法发票后 10 个工作日，甲方向乙方支付合同金额的 30%；第 3 阶段：项目完成终审验收合格后，甲方自收到乙方提交的等额合法发票后 10 个工作日，甲方向乙方支付合同金额的 40%。

8. 验收：（1）验收内容：采购人根据采购文件、响应文件的技术要求及有关规定进行验收。（2）验收方式：采购人可以独立邀请第三方参与验收，也可以组织专家组验收。验收出现争议时，成交供应商可以与采购人协商共同邀请第三方参与验收。

## 二、其他

1. 所有项目实施内容需通过专家组验收合格，确保达到品牌建设项目目标要求。

2、成交供应商不得无故不签订合同或不履行合同，若出现上述情况，禁止参加下一年度的项目投标。给采购人造成损失的，将依法进行追偿并追究其法律责任，同时上报政府采购行政主管部门进行处罚。

3、成交供应商应保持同采购人的密切联系，遇有重大事项及时

报告和反馈信息，尊重采购人的意见，接受项目采购人的提议、监督和指导。

**▲4. 本次招标不接受联合体投标。**

5. 其他未尽事宜以合同约定为准。

**(三) 采购清单**

序号	项目名称	项目特征及内容	单位	数量	备注
一	<b>培育壮大品牌主体</b>				
1	标识设计	结合本地地域文化,充分体现保亭榴莲、保亭春茶和保亭沉香的生态性、各设计1款便于记忆、地域性突出、推广性强的品牌 LOGO 及宣传口号及标签贴	个	3	
2	包装设计	一款榴莲品牌通用版包装箱	款	1	
		一款春茶品牌精品包装盒	款	1	
二	<b>夯实品牌培育基础</b>				
3	商标注册	围绕保亭榴莲、春茶、沉香产品,申报3款(每款2大类,含10个小类),共6个商标	个	6	
4	地理标志证明商标注册	注册保亭榴莲、保亭春茶、保亭沉香地理标志证明商标各1个	个	3	
5	名特优新产品申报	开展1个名特优新产品申报,包括调研、材料撰写等工作	个	1	
6	GAP 认证	开展1个GAP 认证申报,包括调研、材料撰写等工作	个	1	

7	产品分级标准	围绕保亭榴莲产业,结合品牌调研、专家座谈、材料梳理,编制1份保亭榴莲产品分级标准(团体标准含发布)	个	1	
8	产品种植标准	围绕保亭春茶和沉香产业,结合品牌调研、专家座谈、材料梳理,各编制1份产品种植标准(团体标准含发布)	个	2	
三	<b>增强品牌传播能力</b>				
9	央视宣传片	邀请专业栏目摄制组,围绕保亭的人文历史、保亭柒鲜、红毛丹、榴莲、春茶、沉香等特色产业结构,拍摄2集高清品牌宣传片,每集15分钟。1集以保亭柒鲜、红毛丹为主题,1集以榴莲为主题,投放在央视栏目进行播放30天。	集	2	
10	短视频拍摄制作	围绕保亭榴莲、春茶、沉香三大特色产业,从品牌形象、产业特点、品牌文创等角度,通过实拍+素材混剪结合,剪辑1分钟、30S短视频各3条,共计18条。	批	1	
11	品牌宣传册编制及印刷	围绕保亭榴莲的整体情况编制成宣传册(12P)	P	12	
		围绕保亭春茶的整体情况编制成宣传册(12P)	P	12	
		围绕保亭沉香的整体情况编制成宣传册(12P)	P	12	
		印刷制作保亭榴莲、春茶、沉香品牌宣传册各500本,B5铜版纸、彩印	册	1500	
12	高清产品图片拍摄	围绕保亭榴莲、保亭春茶和保亭沉香,各拍摄30张高清农产品照片并精修,共计90张	张	90	

13	品牌发布会或推介会	1. 举办一场品牌发布会或推介会; 2. 发布会策划及活动新闻通告撰写; 3. 邀请媒体 15 家(含)以上; 4. 媒体新闻稿发布 30 篇(含)以上; 5. 会议规模 100 人(含)以上。	场	1	
14	榴莲嘉年华	围绕保亭榴莲历史文化底蕴, 策划一场保亭榴莲嘉年华主题活动, 开展采摘、亲子文化、展示展销等特色活动	场	1	
<b>四</b>	<b>健全服务支撑体系</b>				
15	首席农业品牌官培训	以品牌建设、营销渠道、产业技术、直播电商等为核心培训课程, 积极对接更多资源, 分层级不断深入开展培训活动, 开展首席农业品牌官培训 150 人次。	人	150	
16	防伪溯源码	依托物联网应用技术, 结合保亭榴莲、春茶、沉香生产流通特性, 严选防伪标贴纸材质, 制作产品防伪溯源码, 印制在产品外包装物指定位置	批	1	
<b>五</b>	<b>推动营销业态创新</b>				
17	AI 数字人	依托 AI 技术激活品牌 IP 全场景应用, 塑造保亭榴莲 AI 数字营销 IP, 对外发布关于保亭农产品公用品牌的资讯信息, 以现代化的形式进行传播。	批	1	
18	搭建京东农产品保亭馆	结合产业特色, 宣传保亭特色产品, 打造地理标志品牌, 搭建京东农产品保亭馆	批	1	
<b>六</b>	<b>推动品牌数字化建设</b>				
19	标准示范数字基地	围绕保亭榴莲产业, 选择标准种植成排成行合适地块, 打造 1 个 20 亩规模标准示范数字基地, 将标准示范数字基地打造成保亭智慧农业示范窗口。	个	1	
20	产业基地标识牌	保亭红毛丹和榴莲各建设 2 个基地标识牌、菠萝蜜、山竹、什玲鸡、六弓鹅和春茶、沉香各建设 1 个基地标识牌。	个	10	



21	数字地图建设	整合保亭红毛丹、榴莲、春茶、沉香等种植产业基地数据共享、数据归集,采用GIS和可视化技术,围绕种植基地分布、产业分布等主要环节,选择合适区域场所,安装100寸液晶大屏,将农产品品牌溯源等数据实时展示,赋能产业决策。	批	1	
----	--------	---	---	---	--

注：“实质性要求”是指采购需求中已经指明不满足则响应无效的条款，或者不能负偏离的条款，或者采购需求中带“▲”的条款。